

<b>Mitteilung</b>	<b>6145/2020</b>	<b>Fachbereich 1</b> Herr Hoffmann
<b>Besuchermonitoring mittels Feedbackbögen in den Museen</b>		
<b>Folgenden Gremien zur Kenntnis:</b> <b>Ausschuss für Kultur und Tourismus</b>		

### Information:

Das Eifelmuseum mit Deutschem Schieferbergwerk und den Erlebniswelten Grubenfeld ist neben den Burgfestspielen und dem Lukasmarkt wesentlicher Bestandteil des touristischen und kulturellen Angebotes der Stadt Mayen.

Da die Ansprüche insbesondere im Tourismus immer individueller werden, muss der Markt stets eine entsprechende Flexibilität aufweisen. Neben der Preisbereitschaft der Kunden, den Distributionswegen und den Anforderungen an das Produkt entscheidet bei Kultureinrichtungen vor allem auch guter Service darüber, wie erfolgreich sie sind. Hierzu gehören Erreichbarkeit, Kundenfreundlichkeit und Öffnungszeiten. Daher gilt es diese Parameter regelmäßig zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Um die Bedürfnisse und Wünsche der Besucher zu ermitteln, wurde in den Monaten Juli, August und September 2020 ein erstes Besuchermonitoring mittels Feedbackbögen in den Museen durchgeführt. Dabei wurde festgestellt:

- Dass die Museen im Allgemeinen sehr gut bei den Teilnehmern ankommen.
- Ausstellungsinhalte, Texte in der Ausstellung, Service vor Ort, Audio-Guides/Multimedia und Preise erhielten mehr als 4 Sterne (von 5 möglichen).
- Wegeleitung/Information erhielten ungefähr 3,9 und Führung/Veranstaltung sowie Website 4 Sterne (von 5 möglichen).
- 86 Prozent der Teilnehmer in den Monaten Juli, August und September waren zum ersten Mal in den Mayener Einrichtungen.
- Teilnehmer kommen zumeist gemeinsam mit ihrer Familie oder zumindest in Begleitung und gehören vor allem den Altersgruppen 36-50 Jahre, 51-64 Jahre und 6-14 Jahre an.
- Der Anlass des Besuchs in den beiden Sommermonaten war zumeist ein Urlaub oder Tagesausflug/Freizeitaktivität.
- Aufmerksam geworden auf die musealen Einrichtungen sind die Teilnehmer ihren Angaben zufolge vor allem durch die Kategorie „Sonstiges“. Hier wurde vor allem das Internet genannt. Aber auch Flyer/Plakate, die Tourist-Information und persönliche Empfehlungen spielten eine Rolle.
- Fast 60 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass Sie mindestens vier Mal im Jahr in ein Museum gehen.
- Besonders beliebt für einen Museumsbesuch ist das Wochenende. Besonders unbeliebt sind Montag und Freitag.
- Die meisten Teilnehmer gaben an, dass sie am liebsten zwischen 10 und 12 Uhr in ein Museum gehen, aber auch 14 bis 16 Uhr sowie 12 bis 14 Uhr wurden häufig angekreuzt.
- 98 Prozent gaben an, dass sie das besuchte Museum weiterempfehlen würden.
- Auch das freie Feld für Anregungen und Kritik findet bei den Teilnehmern großen Anklang.

Weitere detailliertere Ergebnisse sind der Präsentation im Anhang (**Anlage 3**) zu entnehmen.

Anhand dieser Informationen können regelmäßig die Zielgruppe und die genutzten Marketingkanäle überprüft werden. Außerdem ist es möglich aus den Ergebnissen neue Ziele zu ermitteln und durchgeführte Maßnahmen zu überprüfen. Insgesamt soll somit die Zufriedenheit der Besucher weiter gestärkt werden. Aus diesen Gründen soll das Besuchermonitoring bis zum Ende der Sommerferien 2021 aller deutschen Bundesländer fortgesetzt werden.

**Finanzielle Auswirkungen:**

Die Druckkosten für 10.000 Feedbackbögen betragen 285 Euro zzgl. 16 % MwSt. und werden aus dem Marketingbudget des Eifelmuseums (2521111.56360000) und der Erlebniswelten Grubenfeld (2523100.56360000) beglichen.

**Anlagen:**

**Anlage 1 – Feedbackbogen V1**

**Anlage 2 – Entwurf Feedbackbogen V2**

**Anlage 3 – Präsentation Ergebnisse Besuchermonitoring**